

# **Nättjänst-till fördel för banken?**

**En undersökning om elektroniska bastjänsters  
ekonomiska nytta för Andelsbanken Raseborg, Hangö**

Jeanette Österling

Examensarbete för tradenom-examen  
Utbildningsprogrammet för företagsekonomi  
Åbo 2011



## **EXAMENSARBETE**

Författare: Jeanette Österling

Utbildningsprogram och ort: Företagsekonomi, Åbo

Inriktningsalternativ/Fördjupning: Redovisning

Handledare: Maria Westerlund

**Titel: Nättjänst- fördel för banken? *En undersökning om den ekonomiska nyttan med elektroniska bastjänster i Andelsbanken Raseborg, Hangö***

---

Datum: 18.03.2011

Sidantal: 37

Bilagor: 3

---

### **Sammanfattning**

Detta examensarbete behandlar Andelsbankens nättjänst samt den ekonomiska innebörden med koncentreringsen av Andelsbanken Raseborgs bastjänster till nätbanken. Jag har valt att undersöka förändringarna i Andelsbanken Raseborgs kontor i Hangö. Undersökningsmetoderna är intervju samt resultatanalys. Intervjun är riktad till bankens personal, bland annat till kontorschefen i Hangö. Resultatanalysen är gjord baserad på Andelsbanken Raseborgs bokslut för år 2009.

Examensarbetets syfte är att ta reda på om de höjda serviceavgifterna ökat antalet nättjänster i banken samt hur förändringen har påverkat bankens ekonomi och kundernas uppfattning om förändringen.

Arbetets teoridel är baserad på material som behandlar Internet och dess affärsmöjligheter, bankens nättjänst, statistik över bankens bastjänster, kundnärhet samt bokslutsanalys.

Undersökningen visade att det är ekonomiskt lönsamt för Andelsbanken Raseborg att koncentrera sina bastjänster till nätbanken. De höjda serviceavgifterna för bastjänsterna har ringa inverkan på de ökade provisionsintäkterna, de kommer från andra poster. Administrativa kostnader minskar då bastjänsterna koncentreras. Trots vissa motsättningar, har de flesta kunder anpassat sig till förändringen och använder nättjänsten för sina dagliga bankärenden.

---

Språk: Svenska

Nyckelord: nättjänst, bastjänster, ekonomi

---

# **BACHELOR'S THESIS**

Author: Jeanette Österling

Degree Programme: Business administration

Specialization: Accounting

Supervisors: Maria Westerlund

**Title: Network Service –an advantage for the bank? *A study on the economic benefits of electronic basic services in Osuuspankki Raasepori, Hanko***

---

Date: 18.03.2011

Number of pages: 37

Appendices: 3

---

## **Summary**

This thesis deals with Osuuspankkis network service and the economic substance of the concentration of Osuuspankki Raaseporis basic services to the Internet bank. I have chosen to investigate the changes in Osuuspankki Raaseporis office in Hanko. The survey methods are an interview and a performance analysis. The interview is directed to the bank's staff, including the office manager in Hanko. The analysis is based on Osuuspankki Raaseporis financial statements for the year 2009.

This thesis aims to find out whether the increased service charges have increased the number of Network services made in the bank and how the changes have affected the bank's economy and how the clients have reacted to them.

The theory chapter is based on material dealing with the Internet and its business opportunities, the bank network service, statistics on the bank's basic services, customer intimacy and account analysis.

The survey showed that it is economically viable for Osuuspankki Raasepori to focus their basic services to the Internet bank. The increase in service fees for the basic services has had little impact on the increased income in fees. The income has come from other items. Administrative costs are reduced when the basic services are concentrated. Despite some contradictions, the most clients have adapted to the change and are using the network service for their everyday banking.

---

Language: Swedish    Key words: Network Services, basic services, economy

---

# Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Problemdiskussion .....	1
1.2	Syfte .....	2
2	Andelsbanken Raseborg.....	3
3	Internet.....	5
3.1	Internet minskar kostnaderna.....	5
3.2	Affärsmöjligheter på Internet.....	6
4	Nättjänst .....	7
4.1	Problemen med att koncentrera bastjänsterna till nättjänsten .....	8
4.2	Identitetsbevis .....	9
5	Bastjänsternas utveckling.....	10
6	Kundnärhet.....	17
6.1	Kundnärhetens skeden.....	17
6.2	Satsning på kundnärhet.....	18
6.3	Kundmedvetenhet.....	18
7	Bokslut.....	19
7.1	Analys av bokslut och verksamhetsberättelser ur lönsamhetsaspekt.....	19
8	Metod.....	21
8.1	Intervjuer .....	21
8.2	Innehållsanalys.....	21
8.3	Sekundäranalys.....	22
9	Resultatredovisning .....	23
9.1	Intervju.....	23
9.2	Analys av resultaträkningen .....	29
10	Analys och slutsatser .....	31
11	Avslutning.....	34
	Källförteckning.....	36
Bilaga 1	Intervjuguide	
Bilaga 2	Godkända identitetsbevis	
Bilaga 3	Andelsbanken Raseborgs resultaträkning 2009	

# 1 Inledning

Samhället håller på att förändras till ett alltmer virtuellt samhälle och Internet spelar en stor roll i människors liv. Detta har även speglat sig till bankvärlden. Bankerna koncentrerar sig mera på att sälja nättjänster och på att få sina kunder att koncentrera sina bankärenden på den. För att få kunderna att använda nättjänsten istället för att besöka kontoren vid till exempel betalning av räkningar, har bankerna höjt sina serviceavgifter.

Jag har valt att undersöka Andelsbanken Raseborgs verksamhet och banken fungerar samtidigt som min uppdragsgivare. Det jag kommer att ta reda på är om höjningarna på serviceavgifterna verkligen har minskat på antalet kunder som besöker banken och om antalet nättjänster ökat tack vare detta. Ytterligare kommer jag att ta reda på om förändringen har påverkat Andelsbanken Raseborgs ekonomiska ställning, dvs. har försäljningen av nättjänsterna bidragit med tillräckliga intäkter och är det ekonomiskt lönsammare för banken att koncentrera sig mera på försäljning av nättjänster och mindre på den personliga kontakten bank och kund mellan. Jag kommer att koncentrera mig endast på privatkunder samt på de förändringar som skett gällande de dagliga banktjänsterna. Andelsbanken Raseborg har fyra kontor och jag tänker undersöka verksamheten i kontoret som är beläget i Hangö.

Eftersom jag arbetat på Andelsbanken Raseborg under tre somrar och för tillfället arbetar där som moderskapsvikarie, var det naturligt för mig att skriva om verksamheten i mitt examensarbete. Jag anser att det ämne jag skriver om är väldigt aktuellt och intressant.

## 1.1 Problemdiskussion

Inom bankbranschen försiggår en konstant tävling om kunderna. Bankerna försöker erbjuda möjliga kunder samt de befintliga kunderna, det förmånligaste och strävar efter att kunderna koncentrerar alla sina tjänster till samma bank. Konkurrenten banker emellan har blivit allt hårdare på grund av det försämrade ekonomiska läget vi har idag. Det finns dock tecken på en start i tillväxten, men denna återhämtning förknippas med osäkerhet och människor är ännu inte helt övertygade om att faran är över, så bankerna har sina händer fulla med att försöka övertala sina kunder att fortsätta som förut.

Internet har börjat spela en stor roll i vårt samhälle och även bankerna har följt med i denna utveckling. Därför har Andelsbanken Raseborg börjat aktivt erbjuda bankens nättjänst åt sina kunder. På nätbanken kan kunderna utföra sina bankärenden, allt från att betala

räkningar till att ansöka om lån och be om försäkringsofferter. Andelsbanken försöker att minska antalet kunder som besöker banken i vardagliga bankärenden och öka antalet nättjänstavtal. Detta gör man bland annat genom att höja serviceavgifterna. Men vad har denna förändring för fördelar? Vilka är konsekvenserna? Kommer förändringen att bidra med tillräckliga intäkter för banken, eller skulle det vara lönsammare att få kunder i kontoret som betalar dessa konstant stigande serviceavgifter? Hur upplever kunderna förändringen? Speciellt äldre människor, som varit trogna bankbesökare i årtionden, kan ha svårt att sluta utföra sina ärenden i kontoret och försöka lära sig att använda nätbank istället.

## **1.2 Syfte**

Jag vill undersöka hur prishöjningen av serviceavgifterna och ökningen av antalet nättjänstavtal i Andelsbanken Raseborg har påverkat bankens ekonomi. Jag kommer att koncentrera mig på förändringarna i Andelsbankens kontor i Hangö. Som metod kommer jag att använda mig av intervjuer. Ytterligare kommer jag att analysera Andelsbanken Raseborgs bokslut från år 2009 för att få en starkare syn på hur situationen har utvecklats i jämförelse med år 2008. Intervjun riktar jag till Hangös kontorschef Ann-Mari Kinnunen samt till Hangö kontorets samtliga anställda.

Den teori jag kommer att tillämpa behandlar Andelsbanken Raseborgs verksamhet, strategi och mål, statistik, kundnärhet, nättjänster, bokslutsanalys samt Internet.

## 2 Andelsbanken Raseborg

Som jag tidigare nämnt, fungerar Andelsbanken Raseborg som min uppdragsgivare. Jag kommer att koncentrera mig på Hangö kontoret och förändringarna i detta kontor. Andelsbanken Raseborg är en del av OP-Pohjola gruppen och jag tänker därför berätta litet om både gruppen och banken i sin helhet.

OP-Pohjola-gruppen är Finlands största finansgrupp. Gruppen utgörs av 220 andelsbanker, OP-Centralen samt dess dotterföretag och närstående företag. OP-Pohjola-gruppen erbjuder bank-, kapitalförvaltnings- och försäkringstjänster för både privat- och företagskunder. Gruppen har i Finland över fyra miljoner kunder av vilka ungefär en tredje del samtidigt är ägarkunder i andelsbankerna. OP-Pohjola-gruppens grunduppgift är att främja ägarkundernas, kundernas och omvärldens ekonomiska framgång, välfärd samt trygghet. Huvudmålet för verksamheten är att så konkurrenskraftigt som möjligt producera de tjänster som andelslagets medlemmar och kunder behöver. Dessutom frödas kundförhållandet till ägarkunderna exempelvis via OP-bonus och andra förmåner. (OP-Pohjola gruppen i korthet, 2010)

Andelsbanksverksamheten började den 14 maj 1902, då Andelskassornas Centralkreditanstalt-Aktiebolag grundades. De första lokala andelskassorna grundades hösten 1902. År 1970 ändrades andelskassorna till andelsbanker. OKOs A-aktie noterades på Helsingfors Börs för första gången 1989. OP-Pohjola-gruppens nuvarande samarbetsmodell bildades 1997. Vid köpet av det börsnoterade försäkringsbolaget Pohjola år 2005 blev skadeförsäkringen ett nytt affärsområde för verksamheten. (OP-Pohjola gruppen i korthet, 2010)



Bild 1. OP-Pohjola gruppens utveckling genom tiderna.

Andelsbankerna är andelslag, i vilka principen att varje medlem har en röst är ytterst viktig. Den högsta beslutanderätten i en andelsbank brukas av andelsstämman, som består av ägarkunder, vilket i sin tur väljer ett förvaltningsråd åt banken. Förvaltningsrådet väljer bankens styrelse, till vilken förutom ägarkundernas representanter, hör bankens verkställande direktör. (Andelsbankernas och Helsingfors OP-banks verksamhet, 2010)

Andelsbanken Raseborg är en av de 220 självständiga andelsbankerna vilka driver lokal bankrörelse runtom i Finland. Verksamhetsområdet för Andelsbanken Raseborg omfattar Ingå, Kimitoön, Hangö samt Raseborg. Verksamhetens volym är 550 miljoner euro. Till koncernen hör också dotterbolagen Raseborgs Fastighetscentral, Raseborgs Disponent- och Bokföringscentral samt Raseborgs Notariatcentral. Koncernen har ca 100 anställda. Hangö kontoret har fem anställda, inklusive en vikarie. (Andelsbanken Raseborg, 2010)

Andelsbanken Raseborgs viktigaste mål är att ha den största marknadsandelen i kundsegmentet ekonomiskt aktiva privatpersoner. Eftersom banken lovat sina kunder de bästa koncentreringsförmånerna, måste kostnadseffektivitet och lönsamhet ingå i strategin. Andelsbanken Raseborg har för tillfället 1700 preferens- och bonuskunder. Banken har som mål att före utgången av 2012 ha ökat antalet ovannämnda kunder till 4000. Under samma period skall antalet medlemmar i banken öka från 8500 till 11 000 stycken. Tillväxt inom sparande, förmögenhetsförvaltning, konsumtionsfinansiering och inom boenderelaterande tjänster hör till de primära målen inom koncernen. Andelsbanken Raseborg koncentrerar sig även på små och medelstora företag och har därför som mål att stärka sin ställning som den ledande företagsbanken för dessa företag. Banken har som strategi att rikta sin nykundsanskaffning till unga familjer och kunder som är intresserade av förmögenhetsförvaltningstjänster. Ytterligare har banken som mål att dotterbolagsverksamheten skall vara lönsam och stöda bankverksamheten. (Andelsbanken Raseborgs verksamhetsberättelse 2009, s.2)



### 3 Internet

Affärs- och produktutveckling tar oundvikligen tid. Utvecklingstid, produktionstid, leveranstid, marknadsföringstid samt tid för att korrigera eventuella misstag. Internet kan snabba på utvecklingen i flera bemärkelser. Företaget kan agera snabbare på marknaden och ge kunderna snabbare och färskare information. Internets snabbhet ger företag stora fördelar. För kunderna är det värt mycket att dygnet runt ha en kanal in i företaget där de har tillgång till produktinformation, råd om användning, skötsel, beställningsmöjligheter och liknande. Allt fler företag utnyttjar Internet för kommunikation, relationsbyggande samt för elektronisk handel. En del företag gör det för att finna nya kunder, andra för att bedriva kundvård. Några helt enkelt för att spara kostnader. (Jakobsson 1998 s.26-27)

#### 3.1 Internet minskar kostnaderna

Tjänster på Internet är kostnadseffektiva medel att kommunicera med kunder. Små och stora dokument kan snabbt föras över till avlägsna platser med en kostnad som understiger både fax- och telefonkostnader. (Jakobsson 1998 s.28) I tabellen nedan visas skillnaden mellan kommunikation via Internet och traditionell kommunikation.

Marknadskommunikation via Internet	Traditionell marknadskommunikation
1. Dialog 2. Aktiviteter möjliga på kundnivå 3. Aktiviteter kan skapa ett omedelbart beteende 4. Ger utökad kund- och marknadsinformation 5. Aktiviteter är direkt mätbara 6. Testmöjligheter i realtid 7. Nya försäljnings- och distributionsformer 8. Kundorienterat -anpassar sig till kundernas beteende 9. Snabbt	1. Monolog 2. Aktiviteter på företags- och produktnivå 3. Aktiviteter är förberedande och skilda i tiden från beteendet 4. Medger inte information på kundnivå 5. Aktiviteter ofta svåra att mäta 6. Eventuella mätningar långt senare 7. Klassiska distributionsformer 8. Produktorienterat -stys av produktionen 9. Tidskrävande

Bild 2. Skillnaden mellan kommunikation via Internet och traditionell kommunikation. (Jakobsson s.28)

Då företaget blir tillgängligt för en stor skara människor dygnet runt, minskar personalbehovet och telefonkostnaderna sjunker. Tryckning och distribuering av information på papper kan i vissa företag vara väldigt dyrt. Genom Internet undviker man dessa kostnader. Till exempel sista minuten ändringar på en broschyr på Internet är mindre kostsamma än på en broschyr som är till pappers. Dessutom kan man uppdatera

produktinformation genast via Internet. Marknadsundersökningar innehåller ofta information som redan vid returneringen av svaren, är uråldrad. Men hjälp av nätet kan kunden få en direktkanal in i företaget. Därmed kan företaget få färsk information om kundernas behov och beteende. Försäljning via nätet är även kostnads minskning. (Jakobsson 1998 s.28-29)

### **3.2 Affärsmöjligheter på Internet**

Internet ger företag möjlighet att kommunicera globalt i en bredare utsträckning än genom de traditionella medierna. Förmågan att kunna erbjuda kunderna den nyaste, mest korrekta och aktuella information om företags varor och tjänster är en av Internets fördelar. I samma sekund som företaget har formulerat sitt budskap, kan företaget börja sprida det. På nätet kan företag tillhandahålla stora mängder information billigt. Banker erbjuder till exempel information om räntor, valutakurser, aktieinformation, saldobesked samt överföringar mellan konton. Internet ger företagen möjlighet att presentera sig för varje kund på exakt den nivå eller på det sätt som han eller hon reagerar bäst på. Det blir möjligt att föra en dialog med kunderna, att testa, fråga och lyssna. Företag får genast svar på sin kommunikation, likaså kunderna. Marknadsföring på nätet blir en sammanställning av direkt marknadsföring, annonsering och personlig försäljning. (Jakobsson 1998 s.30-31)

Internet erbjuder oslagbara möjligheter att göra det enkelt för kunden. Kunden kan till exempel mitt i natten beställa en tågbiljett eller ansöka om offert för lån och få svar följande dag. (Jakobsson 1998 s.30-31)

## 4 Nättjänst

I detta stycke kommer jag att behandla Andelsbankens nättjänst och dess egenskaper, eftersom Andelsbanken Raseborg, liksom alla andra Andelsbanker i Finland, använder sig av samma koncept.

En nättjänst är en tjänst som innehar alla ens bankärenden på Internet. På nätbanken kan man bland annat betala räkningar, kontrollera saldon på konton, ansöka om kort och placera. (Andelsbankens nättjänst 2010 <sup>1</sup>) År 2010 loggades det in 152,5 miljoner gånger på Andelsbankens nättjänst. Detta var en tillökning på 18,3 procent från år 2009. I medeltal besöktes Andelsbankens nättjänst 418 000 gånger om dagen. Av alla de som besökte nättjänsten, loggade 73 procent in med egna nätbankskoder. I november överskreds gränsen på 1,4 miljoner nättjänstavtal. Det miljonte nättjänstavtalet firades i augusti 2006. Efter det har antalet ökat i jämn takt med cirka 100 000 avtal per år. År 2011 har det gått 15 år sedan Andelsbankens nättjänst introducerades, som den första nätbanken i Finland. (Nevalainen 2011)

Det är relativt säkert att utföra sina bankärenden på bankens nättjänst. Vid avtalstidpunkten erhåller kunden en användarkod och ett lösenord till nättjänsten. Dessa koder skall bevaras ansvarsfullt. (FK, Verkkopankki 2011) Nättjänstkoderna är personliga och de får inte överlåtas till någon annan. Trots att nättjänsten är välskyddad, kan eventuella risker förekomma. Risken att få sina nätbankskoder stulna, risken för tekniska problem eller risk för phishing finns. Phishing, det vill säga nätfiske, betyder att någon försöker få reda på personuppgifter, kortuppgifter och nätbankskoder per e-post, telefon eller på förfälskade webbsidor. Dessa uppgifter samlas i brottsligt syfte. (Nordea, Phishing) Vid årsskiftet 2010-2011 gjordes ett försök att fiska åt sig kunders nätbankskoder. Andelsbankens kunder hade fått e-postmeddelanden där de uppmanades följa anvisningarna i meddelandet för att göra användningen av nätbankens tjänster och datorn säkrare. (Andelsbanken, Andelsbankernas kunder utsatta för phishing, 2011 <sup>1</sup>) Ett annat försök till phishing skedde i februari 2011. Då hade kunder fått e-postmeddelanden där kunder meddelas om uppdateringar i nättjänsten och via en länk gå vidare för att uppdatera den. Andelsbanken uppmanar att dylika meddelande skall aldrig öppnas. Banken eller myndigheter tar aldrig kontakt via e-post eller telefon för att få veta kunders nätbankskoder eller personbeteckning. (Andelsbanken, Andelsbankernas kunder utsatta för phishing, 2011 <sup>2</sup>)

Igenkännandet av kunden i bankernas nättjänst betraktas allmänt som pålitligt. Lagen om stark autentisering och elektroniska signaturer gör det möjligt att skapa en giltig underskrift med nätbankskoderna. (Lag om stark autentisering och elektroniska signaturer

7.8.2009/617, kap.1, 2 §). Då det har blivit allmännare med e-tjänster som stäcker sig utöver bankverksamheten, har det blivit möjligt att använda nätbankskoderna i samband med andra tjänster. Till exempel på folkpensionsanstaltens nätsidor är det möjligt att utföra sina ärenden med sina nätbankskoder, samma gäller även i vissa nätbutiker. (FK, Verkkopankki 2011)

#### **4.1 Problemen med att koncentrera bastjänsterna till nättjänsten**

Bankernas tjänster koncentreras alltmer till nätet. Antalet kontor har minskat, öppethållningstiderna har blivit kortare och betalautomaterna har blivit färre. (Kauppalehti 2010) I Andelsbankens kontor i Hangö tog man bort betalautomaten i maj 2010 och kunderna har numera endast en Internetstation till förfogande. Ytterligare styr bankerna kunderna till nättjänsten genom att debitera högre avgifter vid disken. Allt fler företag har även tagit i bruk e-fakturor, som anländer raka spåret till konsumentens nättjänst. (Kauppalehti 2010)

Konsumenterna har rätt enligt lag att få de grundläggande banktjänsterna. Sådana tjänster är ett konto, verktyg till att använda det, såsom kort, samt en möjlighet att betala räkningar. Endast av grundliga skäl kan bankerna neka att erbjuda dessa tjänster. Idag är konsumentskyddsverket oroligt över att bankerna inte anser nättjänsten som en del av bastjänsterna i banken, och därför inte beviljar nättjänst för alla sina kunder. Till exempel har banken nekat att bevilja nättjänster för kunder med betalstörningar. På grund av detta får en stor grupp av konsumenter det svårt att utföra sina bankärenden. Enligt konsumentskyddsverket har betalstörningar betydelse då kunden ansöker om lån och banken måste utvärdera kundens betalningsförmåga. Betalningsanmärkningar är ändå inte en tillräcklig orsak att vägra bevilja kunder nättjänst då det är frågan om att betala vanliga, återkommande betalningar från ett brukskonto. (Kauppalehti 2010)

Utvecklingen mot en större användning av nättjänst har bidragit till problem för en del konsumenter. Betalautomaterna tas bort i sakta mak och enligt en artikel i Sunnuntaisuusomaleinen, berättar konsumentskyddsverkets chef Anja Peltonen att speciellt Sampo Bank och Andelsbanken inte erbjuder tillräckligt med andra alternativ för betalautomaterna. Peltonen anser även att utvecklingen mot en alltmer elektronisk värld sker för snabbt. Det går inte att kräva att alla kunder måste lära sig använda dator, ännu mindre att köpa en dator hem. För till exempel de kunder som bor i glesbygden kan det vara svårt att ta sig till närmaste bank, bibliotek eller granne, för att få sina räkningar betalda. Bankerna erbjuder direktdebitering som ett alternativ men alternativet passar inte

de mindre välbärgade, som vill välja vilka räkningar som skall till betalning. Betalning av räkningar över disk är i sin tur dyrt och är knutet till bankernas öppethållingstider. (Sunnuntaissuomalainen 2011)

## **4.2 Identitetsbevis**

Från och med november 2010 har det varit möjligt att öppna nättjänst åt kunder med betalstörningar i Andelsbanken Raseborg, men med den förutsättningen att kunden har ett giltigt identitetsbevis. Förvånansvärt många kunder saknar giltigt identitetsbevis som krävs för att öppna nättjänst, och därför blir det fortfarande en stor kundgrupp utan. Då ett nättjänstavtal inleds, skall en privatkunds identitet kontrolleras. Detta kan kontrolleras ur ett giltigt pass eller identitetskort som godtas som resedokument och som utfärdats av myndigheterna i en medlemsstat inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (EES), Schweiz eller San Marino. Privatkunders identitet kan kontrolleras utöver med ett pass eller ett identitetskort, också med ett körkort som utfärdats till en finsk medborgare av polisen i Finland efter 1.10.1990 samt med ett identitetskort som utfärdats av polisen i Finland efter 1.3.1999 även om identitetskortet inte är ett resedokument. (Se bilaga 2) (Opinet, Kontroll av identiteten)

## 5 Bastjänsternas utveckling

Uppgifterna och materialet om Andelsbanken Raseborgs tjänster har jag erhållit av Hangö kontorets kontorschef Ann-Mari Kinnunen. Materialet har plockats ur ett uppföljningssystem kallad ViaAurea, som bankens ledning samt mellanledning har tillgång till. Jag kommer endast ytligt att behandla dessa tabeller, för att få en uppfattning om trenden vid de olika posterna.

Bankens bastjänster består att kontantuttag, insättningar, kontoförfrågningar och betalning av räkningar på olika sätt. Då dessa bastjänster utförs i banken, klassas de som rationella händelser. Dessa händelser har Andelsbanken Raseborg som mål att minska på. Därför höjer banken serviceavgifterna och ökar på försäljningen av nättjänster. Kontantuttag från och insättningar på eget konto är avgiftsfria, men insättningar på någon annans konto kostar fem euro per händelse. Betalning av räkningar över disk kostar 3,50 euro per räkning och räkningar inlämnade till betalningstjänsten kostar 1,25 euro per räkning. Kontotransaktionsförfrågningar i kontoret kostar 2,50 euro per gång. (Andelsbankens nättjänst 2010 <sup>2</sup>) Mängden rationella händelser, alltså händelser i nätbanken och i sedelautomater, är hög i Andelsbanken Raseborg och framförallt i Hangö kontoret, där procenten på rationella händelser är uppe i 95,60% (2009). (ViaAurea 2010)

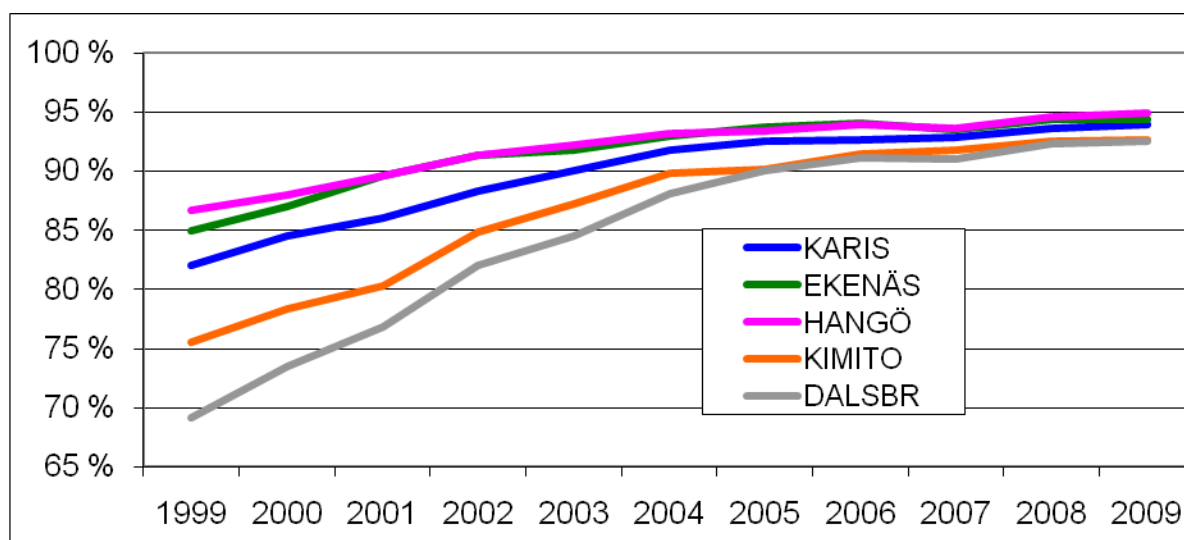


Bild 3. Utvecklingen av rationalitetsnivån inom Andelsbanken Raseborg åren 1999-2009.

Tabellen nedan visar utvecklingen av alla transaktioner, alltså transaktioner både i kontoren och på nättjänsterna. Utgående från tabellen kan man se att antalet transaktioner ökar konstant medan antalet transaktioner i kontoren sakta mak minskar.

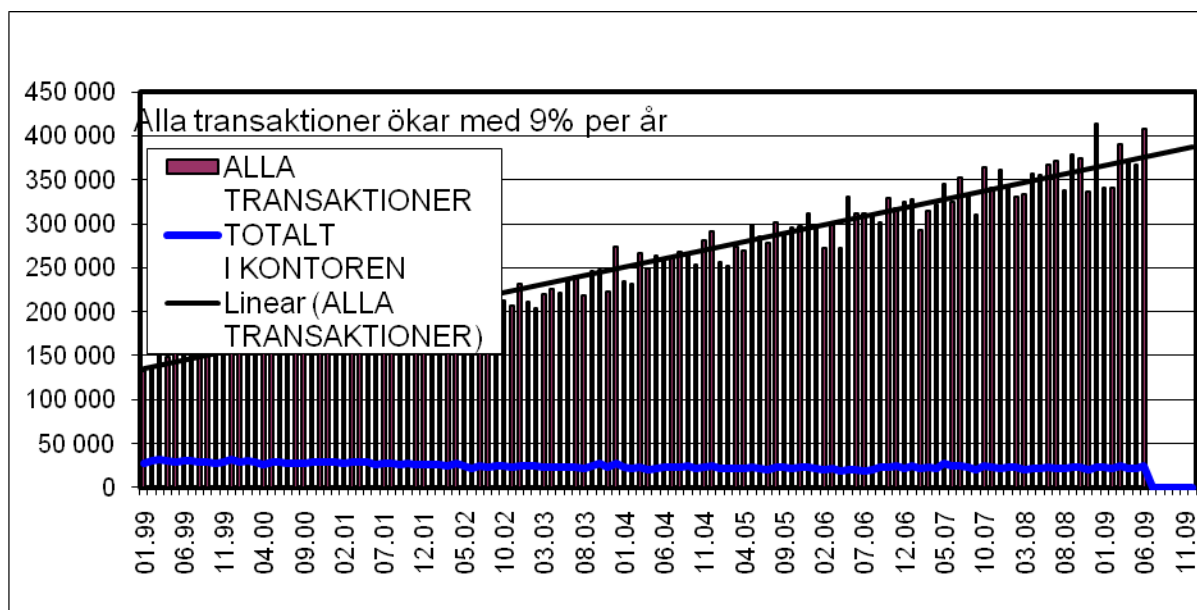


Bild 4. Transaktioner inom Andelsbanken Raseborg under åren 1999-2009.

Tabellen nedan visar utvecklingen av de orationella händelserna i banken under åren 1999-2009. Från att ha haft litet över 350 000 händelser under år 1999, har man lyckats under de senaste tio åren att minska händelserna till ungefär 270 000 händelser. Antalet kontantuttag har reducerats till hälften, betalning av räkningar likaså. Det går att utgå från tabellen att orsaken till varför kunder besöker kontoren i dagens läge är till största delen för att be om händelseförfrågningar.

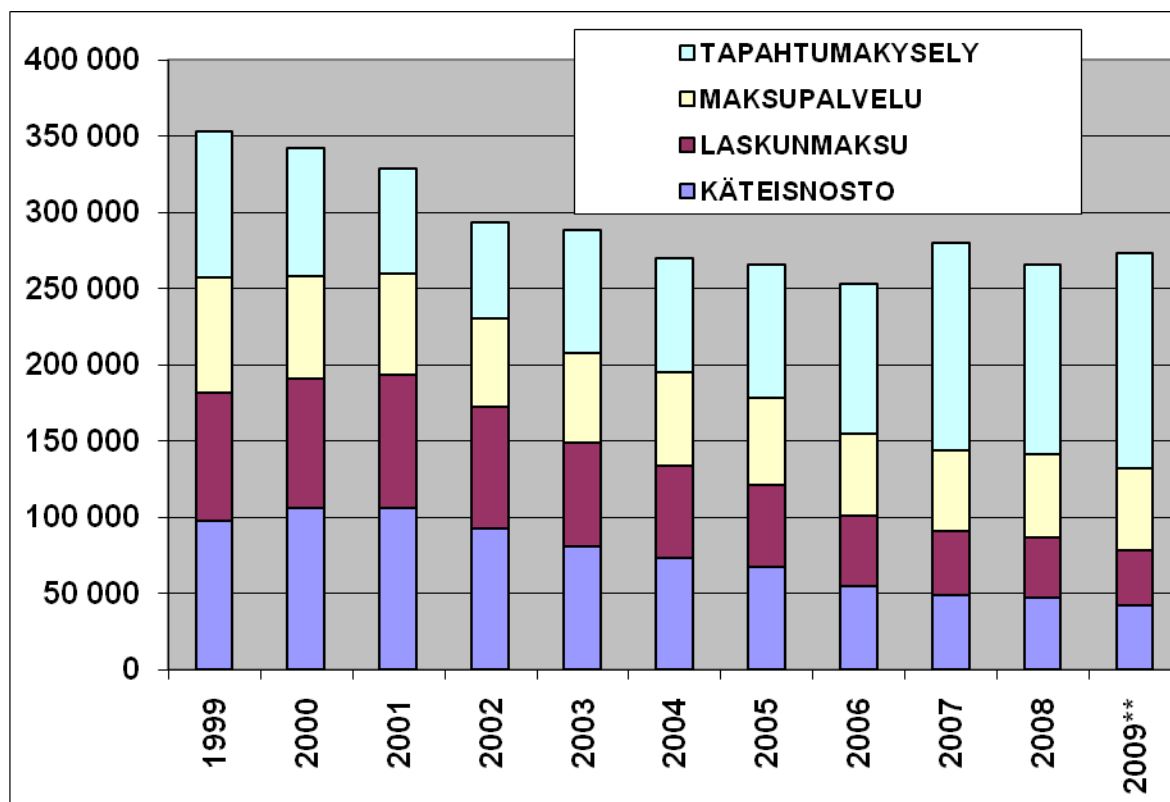


Bild 5. Utvecklingen av de orationella händelserna i Andelsbanken Raseborg åren 1999-2009.



Utvecklingen av antalet kontantuttag i kontoren har avtagit drastiskt. Orsaken till denna utveckling är att allt fler kunder börjat använda internationella bankkort. Istället för att komma in i kontoret och lyfta pengar, lyfter kunderna pengar från bankautomaten, när det passar dem bäst, utan att behöva följa bankens öppethållningstider. Som tabellen nedan visar, har antalet kontantuttag minskat i Hangö kontoret från cirka 9 000 uttag år 2002 till 6 000 år 2009.

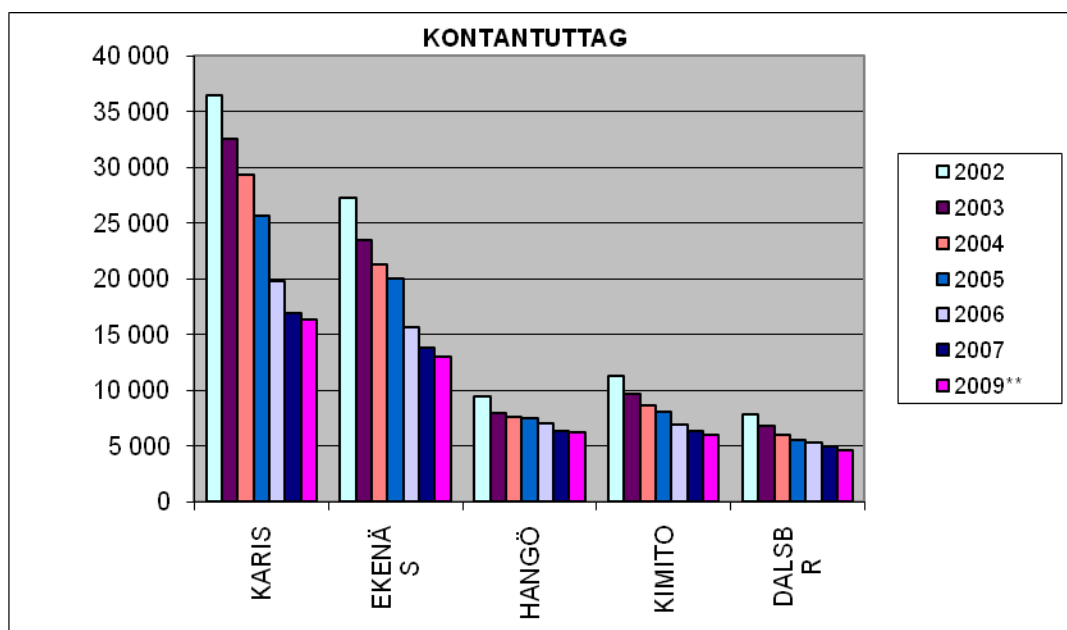


Bild 6. Utvecklingen av antalet kontantuttag per kontor.

Det ökade antalet nättjänster har även bidragit till en förändring i antalet räkningar som betalas över disk. Från att ha varit cirka 11 000 till antalet år 2002 har antalet betalda räkningar över disk minskat till 7 000 i Hangö kontoret år 2009. En annan orsak till minskningen kan vara att tjänstemännen i kontoret har rekommenderat kunder, beroende på deras betalningsförmåga, att använda sig av direktdebitering.

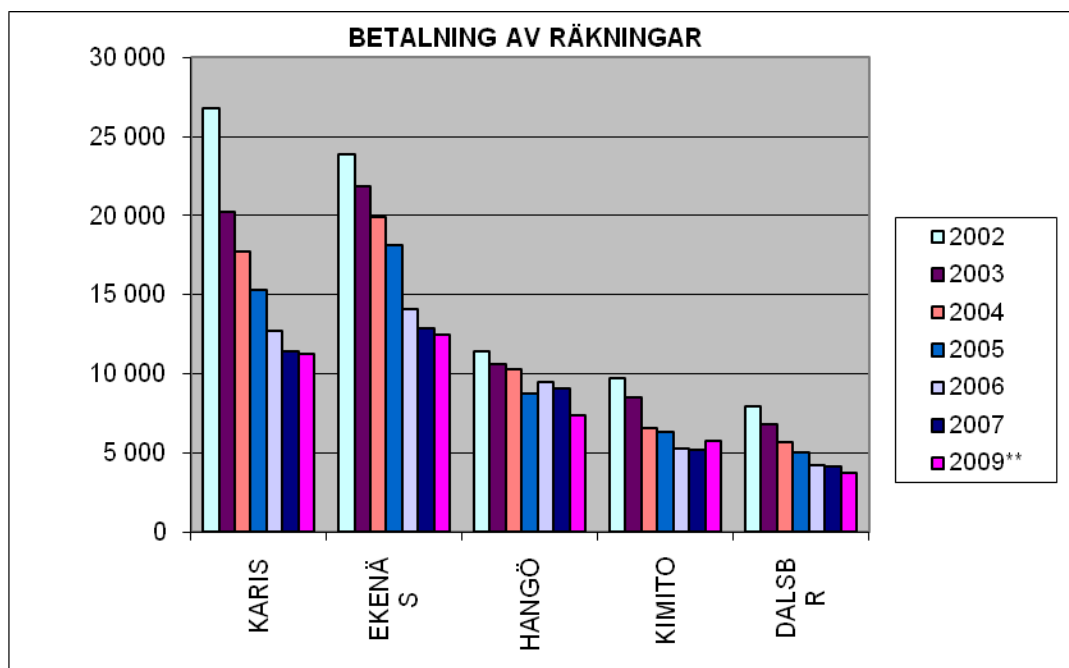


Bild 7. Utvecklingen av antalet betalda räkningar över disk per kontor.

För de kunder som inte har möjlighet, kunskap eller vilja att använda nättjänst, är betalningstjänst ett alternativ. Tjänstemännen i kontoren har därför koncentrat sig på att erbjuda denna tjänst till kunder. Tabellen intygar detta. Antalet räkningar till betalningstjänst har ökat från cirka 5 500 stycken år 2002 till cirka 7 500 i Hangö kontoret år 2009. En annan orsak till det ökade antalet betalningstjänst uppdrag är att betalautomaterna togs bort i maj 2010.

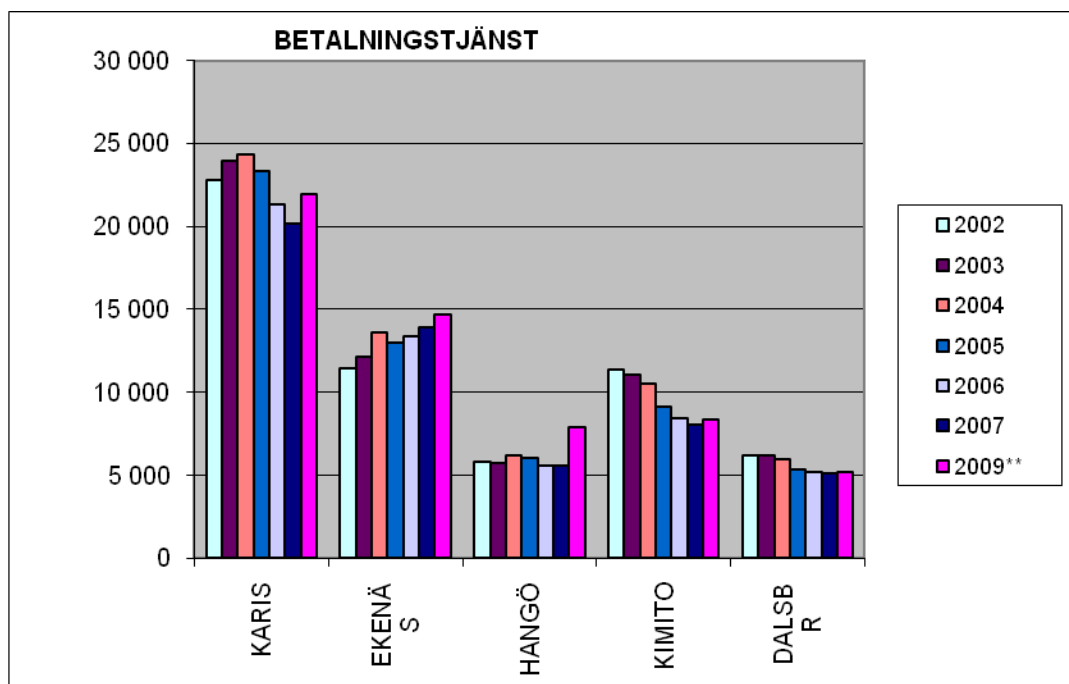


Bild 8. Utvecklingen av antalet räkningar till betalningstjänst per kontor.

Från tabellen nedan kan man se att utvecklingen av de icke rationella händelserna skiljer sig från kontor till kontor. I Hangö kontoret har de icke rationella händelsernas utveckling varierat under åren. Mellan år 2002 och 2007 har händelserna ökat medan det år 2008 skett en minskning på händelserna, vilket bidrar till en procentuell minskning år 2009 från år 2008. I Karis kontoret har de icke-rationella händelserna varit stora till antalet men har varje år sjunkit något, medan händelserna har ökat litet och sedan minskat igen.

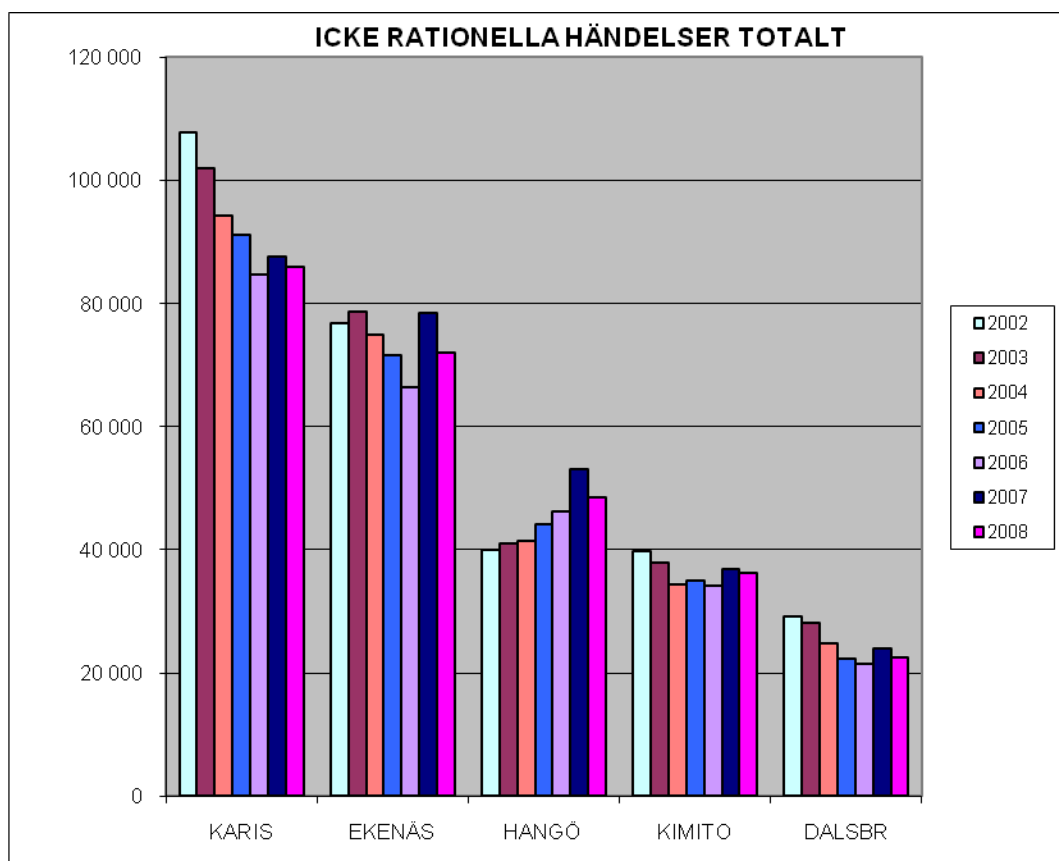


Bild 9. Icke-rationella händelser totalt per kontor.

## 6 Kundnärhet

Det finns lika många sätt att vara nära kunden som det finns kunder. En kund vill ha en nära relation, medan en annan endast vill träffas då det är absolut nödvändigt. Det går därför inte att standardisera eller produktifiera kundnärhet. Kundnärhet går inte heller att köpa eller sälja. Det måste förtjänas. Kundnärhet kräver att företaget är tillgängligt, interaktivt och värdeskapande. (Blomqvist, Dahl, Haeger, Storbacka 1999 s.15)

### 6.1 Kundnärhetens skeden

Ett kundnära företag gör det enkelt för kunden att fysiskt, kognitivt och emotionellt närma sig företaget. Det går att säga att kampen om kunden handlar om vem som får tillgång till kundens hjärna och hjärta samt vem som fysiskt ligger tillräckligt nära kunden. Alltför många företag har idag en otillräcklig tillgänglighet. De har långa väntetider i telefon, öppettiderna är inte optimala för kunderna, kommunikationen är svårbegriplig etcetera. Kundernas tålamod är i många fall förvånansvärt gott, men det är en tidsfråga innan de börjar se sig efter andra alternativ. Här finns stora möjligheter att skapa konkurrensfördelar för de företag som snabbt förbättrar tillgängligheten för valda mål- och kundgrupper. (Blomqvist, Dahl, Haeger, Storbacka 1999 s.15-16)

Interaktivitet med kunden är viktigt för att upprätthålla kundnärhet. Företag interagerar för att utveckla sitt erbjudande utifrån kundens specifika situation och behov. Ytterligare interagerar företagen för att anpassa informationsutbytet med kunden. Genom Internet och interaktiva medier har gränserna för vad som är möjligt när det gäller kundnärhet, utvidgats. Men interaktivitet innehåller även mer traditionella former av utbyte mellan kunden och företaget. Själva kundmötet har varit det viktigaste. Det kan vara frågan om till exempel ett möte med en försäljare eller rentav ett automatuttag. (Blomqvist, Dahl, Haeger, Storbacka 1999 s.16)

Värdeskapandet skapar variation och ger konkurrensfördelar. Att skapa värde är en av ekonomins grundbultar. Värdeskapandet bygger på att skapa ett bra samspel mellan företaget och kunden. Företag med förmågan att ständigt uppdatera sina processer för att kunna erbjuda kunden nya möjligheter till värdeskapande, stärker sin konkurrenskraft. (Blomqvist, Dahl, Haeger, Storbacka 1999 s.17-18)

Det gäller att ha en närvaro på marknaden och att vara lätt och smidig att göra affärer med. Samspelet med kunderna måste även fungera ordentligt. Genom att öppna upp företaget och bjuda in kunden till dialog och samverkan, skapas förutsättningar för ett gemensamt

värdeskapande företag och kund emellan. I tabellen nedan visas de tre nycklar som krävs för att skapa det kundnära företaget. (Blomqvist, Dahl, Haeger, Storbacka 1999 s.17-18)



Bild 10. Kundnärlhetens nycklar.

## 6.2 Satsning på kundnärlhet

Kundnärlhetens kärna ligger i en enkel men effektiv satsning på att åstadkomma resultat. Det gäller inte att tillfredsställa eller glädja kunden, utan att ge den enskilde kunden den bästa tänkbara lösningen på sitt problem. De kundnära företagen kan sälja praktiskt taget allt, från blommor till försäkringar och datatjänster. Oavsett vad företagen säljer så är dess engagemang för att ge kunden bästa möjliga resultat lika stort. Orsaken till denna satsning är att de kundnära företagen vet att deras kunder inte köper varor eller tjänster. De köper fördelarna som dessa ger. Ju större fördelarna är, desto mera köper kunden av varan eller tjänsten. Detta är positivt både för kunderna som för företagen. Det är även viktigt att säljaren visar sitt engagemang när han interagerar med kunder. För att skapa det bästa resultatet krävs det fantasi, initiativkraft och inlevelseförmåga av företagen. (Wiersema 1996 s.31)

## 6.3 Kundmedvetenhet

Samtidigt som den interna informationen i företag ökar, har kunders tillgång till olika typer av information ökat likaså. I vissa fall har kunder rentav lika omfattande uppfattning om företagets produkter, situation och visioner som företaget själv har. Detta har bidragit till ökade valmöjligheter för kundkretsen samt en större allmän medvetenhet. Kunden kan fatta beslut och ta ställning till företagets produktionsmetoder, produkternas ursprung samt arbetsförhållanden och kan vid behov forma sitt köpbeslut utgående från dessa utgångspunkter. Denna förändring kräver att företag har kontroll över sin verksamhet under hela leveranskedjan. Företagen bör ha en smidig tillgång till information, ända från att varan lämnat leverantören till att den nått kunden. Företaget behöver information för att kunna förutspå sina kunders avsikter men även för att effektivt och snabbt kunna optimera sin verksamhet enligt kundernas behov. (Niemelä, Pirker, Westerlund 2008 s.21)

## 7 Bokslut

För varje räkenskapsperiod skall det göras ett bokslut som består av en balansräkning, en resultaträkning, en finansieringsanalys samt uppgifter som skall lämnas i bilagor till dessa, så kallade noter. För varje post i balansräkningen, resultaträkningen och finansieringsanalysen skall motsvarande uppgifter från den föregående räkenskapsperioden anges, som så kallade jämförelsetal. (Bokföringslag 1997/1336, kap.3, § 1)

Verksamhetsberättelsen skall, beroende på omfattningen och strukturen av företagets verksamhet, innehålla balanserad och heltäckande uppskattning av företagets mest betydande risker och osäkerhetsfaktorer. Ytterligare skall verksamhetsberättelsen innehålla information om andra omständigheter som påverkar utvecklingen av den bokföringsskyldiges affärsverksamhet samt ekonomiska ställning och resultat. Uppskattningen skall innehålla de viktigaste nyckeltalen för att förstå den bokföringsskyldiges affärsverksamhet samt ekonomiska ställning och resultat. I detta syfte skall även nyckeltalen och övriga uppgifter om personalen och omgivningsfaktorer samt andra omständigheter som kan påverka den bokföringsskyldiges affärsverksamhet uppges. Vid behov skall i uppskattningen även ingå kompletterande uppgifter och tilläggsupplysningar om siffror som meddelats i bokslutet. (Bokföringslag 1997/1336, kap.3, § 1)

### 7.1 Analys av bokslut och verksamhetsberättelser ur lönsamhetsaspekt

Många slutsatser som baserar sig på bokslutet och verksamhetsberättelsen kan göras genom att direkt läsa dessa dokument eller genom att kombinera information från dem. Speciellt bokslutet är långt standardiserat genom lag. Därför är uträkningen samt analysen av nyckeltal välmotiverade och slutsatser som gjorts baserat på dem realistiska. (Leppiniemi, Leppiniemi 2006 s.28) Med hjälp av bokslutet och nyckeltalen går det till exempel att förutspå företagets risk att gå i konkurs. Nyckeltalen har även betydelse vid beslut om till exempel kredit- och placeringsvärdighet. (Leppiniemi, Kykkänen 2001 s.163). Nyckeltalen behövs nödvändigtvis inte för att göra slutsatser om verksamheten, utan dessa används oftast endast i specialfall. (Leppiniemi, Leppiniemi 2006 s.28)

Bokslutet och verksamhetsberättelsen kan läsas och analyseras både externt och internt, det vill säga ur en utomstående eller ur företagets synvinkel. För en utomstående är bokslutet och verksamhetsberättelsen informationskällor. Genom att kombinera information, jämföra och analysera kan den utomstående göra slutsatser som stäcker sig längre än det som

färdigt serverats i bokslutet och verksamhetsberättelsen. Bokslutsstandarderna är dock utformade så att den mest vanliga information om lönsamhet och den ekonomiska situationen kommer fram ur bokslutet utan analyser. Läsning och analys av bokslutet och verksamhetsberättelsen ur företagets synvinkel erbjuder företaget en chans att se sig själv genom en utomståendes ögon. Detta är till förmån för att känna igen företagets ställning på marknaden. Detta erbjuder även en grund för planering av både företagets verksamhet och bokslut. (Leppiniemi, Leppiniemi 2006 s.29)



## 8 Metod

I min undersökning har jag valt att använda mig av kvalitativa metoder som intervju och gruppdiskussion. Ytterligare kommer jag att ta reda på Andelsbanken Raseborgs ekonomiska situation genom en resultatanalys som är baserad på bankens resultaträkning från år 2009. I detta fall kan resultatanalysen räknas som både en innehållsanalys och en sekundäranalys, eftersom jag kommer att räkna ut och dra slutsatser utgående från resultaträkningen samt att ta direkt fakta ur bankens verksamhetsberättelse från år 2009.

### 8.1 Intervjuer

Ändamålet med en intervju är att få fram information som beskriver hur andra personer upplever olika situationer. Den kvalitativa intervjun är speciellt väl lämpad för att ge en bild om den intervjuades egna erfarenheter, tankar och känslor. En intervju kan behandla många olika saker. En ytterlighet är till exempel frågor om vilket tvättpulver eller vilken mjölk man senast köpte. Den andra ytterligheten kan representeras av omfattande och personliga samtal under en lång tid om en persons liv och upplevelser. (Dalen 2007, s.9)

Intervju kan användas som huvudmetod för att få insamlad information men kan även användas som hjälpmetod för att komplettera annat forskningsmaterial. En intervju kan vara fullständigt strukturerad med användning av fråge- och svars kategorier, men den kan även bestå av upplysningar som fås på ett mer informellt sätt. Vilken form av intervju som väljs måste ses i förhållande med vilket tema forskaren har och till vilken målgrupp man riktar sig till. (Dalen 2007 s.10)

I alla projekt som använder intervju som metod, kommer det att behövas en intervjuguide. En intervjuguide innehåller centrala teman och frågor som tillsammans skall täcka de viktigaste områdena i arbetet. Alla teman och frågor skall vara förknippade med problemställningarna. I guiden skall de inledande frågorna vara av sådan art att de får den intervjuade att känna sig avslappnad och må bra. Efter hand fokuseras frågorna alltmer mot de centrala temana. Mot slutet måste frågorna åter igen handla om mer generella saker. (Dalen 2007 s. 31)

### 8.2 Innehållsanalys

En innehållsanalys är en kvantitativ forskningsmetod som lägger stor vikt på mätning av ett visst innehåll och specifikation av tydliga regler som ger reliabilitet. Reliabilitet är i sin tur ett mått på hur tillförlitlig en mätning är. Innehållsanalys förknippas ofta med analys

av massmedians innehåll men denna metod kan även användas i samband med en mängd annan ostrukturerad information tack vare metodens flexibilitet. (Bryman & Bell 2005 s.227, 229)

Vid användning av innehållsanalys är det ytterst viktigt att frågeställningarna är klara före man börjar analysen. På detta sätt har man det på det klara vilka analysenheter ska vara och vad det konkret är som ska analyseras. Det är även viktigt att vara medveten om vad som ska mätas eller räknas då man gör en innehållsanalys. (Bryman & Bell 2005 s.229)

### **8.3 Sekundäranalys**

När det gäller företagsekonomisk forskning har sekundäranalyser blivit av allt större betydelse. Analys av sekundärdata har varit ekonomernas område och de har framför allt dragit slutsatser om hur dessa data är förknippade med affärsvärlden. (Bryman & Bell 2005 s.231)

Det är i vissa fall svårt att veta när en första och när en andra analys av samma data startar och slutar. Till exempel då en forskare utfört en intervju och analyserat informationen han fått ur den och publicerar informationen och fortsätter med informationen i ett senare skede, kan det vara svårt att avgöra om det är frågan om en primär- eller sekundär analys. I de flesta fall är det dock frågan om en sekundäranalys. (Bryman & Bell 2005 s.231)

Sekundäranalys är en metod som har flera fördelar. Sekundäranalyser sparar både tid och pengar. Det flesta data som kommer till användning i en sekundäranalys är även av mycket god kvalitet. Insamling av data tar tid och därför brukar tiden till själva analysen vara knapp. Dessutom är det inte lätt att veta vad man skall göra med sin information. Vid användning av sekundäranalys befrias man från att samla in all data själv och kan koncentrera sig mera på själva analysen. Ytterligare kan en förnyad analys leda till nya tolkningar och till att nya idéer uppstår. (Bryman & Bell 2005 s.234)

## 9 Resultatredovisning

Som jag tidigare nämnt kommer jag att använda mig av intervju samt nyckeltalsanalys i min undersökning. Jag har valt en intervju för att få en bättre överblick på hur förändringarna i banken har påverkat både personalen och kunderna i Andelsbanken Raseborgs kontor i Hangö. Jag valde att göra en nyckeltalsanalys utöver intervjun för att få fram de ekonomiska förändringar som skett i banken år 2009 jämfört med år 2008.

### 9.1 Intervju

Jag har intervjuat Hangös kontorsdirektör Ann-Mari Kinnunen samt bankens betalningsrörelsechef Mats Lundström. Ytterligare har jag öppet diskuterat med tre tjänstemän på både Hangö och Ekenäs kontoret om frågorna i intervjun. I både intervjuerna och i diskussionen har jag använt mig av samma intervjuguide.

Jag började min intervju med att fråga när nättjänsten i Andelsbanken infördes. Detta kan Kinnunen inte på rak arm besvara på, men hon menar att tjänsten infördes kring mitten av 1990-talet. Då jag frågade mina arbetskamrater denna fråga fick jag ett svar att nättjänsten infördes kring år 1995.

Ur bankens synvinkel, har nättjänsten bara fördelar. Då de dagliga tjänsterna koncentreras alltmer till nättjänsten, minskar en stor kostnadspost för banken. Ytterligare har bankärenden blivit alltmer krävande och innefattar inte endast de dagliga ärendena och därför är en koncentring av de dagliga tjänsterna till nätet en fördel. Fördelarna ur kundens synvinkel är även flera. Nättjänsten innehåller en hel del information. Nättjänsten är tillgänglig dygnet runt, man kan närsomhelst kontrollera sina bankkonton, kort etc. Ytterligare erbjuder nättjänsten den nyaste informationen om placeringar samt rekommendationer om fonder. Kinnunen påpekar att kunder kan göra kreditansökningar på nättjänsten och fylla i grunduppgifterna klart innan mötet med tjänstemannen på kontoret. Detta sparar både tjänstemannens och kundernas tid samt ökar riktigheten i grunduppgifterna. Som jag tidigare nämnt, hör försäkringsbolaget Pohjola till Andelsbanken. Då man gjort ett nättjänstavtal med Andelsbanken får man samtidigt tillgång till Pohjolas nättjänst, om man har försäkringar i Pohjola det vill säga. I detta fall kan man även göra skadeanmälningar via sin nättjänst, vilket är behändigt eftersom man slipper telefonköerna. De få nackdelarna Kinnunen kommer på är att nättjänsten inte är tillgänglig för alla Andelsbankens kunder. Äldre kunder blir ofta utanför eftersom de saknar kunskap och vilja att lära sig om datorer. Ytterligare kan användningen av

nättjänsten försvåras för sådana som har problem med att minnas koder o.dyl. Nättjänsten kräver även att man har datorn uppdaterad samt att man har ett virusskydd på den.

Frågan om hur banken kan garantera säkerheten på nättjänsten besvarar Kinnunen genom att hänvisa till den användarkod och det lösenord man mottar då man inleder ett nättjänstavtal med Andelsbanken. Ytterligare måste händelser i nättjänsten verifieras med ett nyckeltal på en nyckeltalslista man mottar vid avtalstidpunkten. Denna fråga besvarade även Lundström. Han påpekar att Andelsbanken har infört en så kallad Sms-tjänst, där avvikande och stora betalningar måste verifieras via ett Sms. I Sms:et står informationen om betalningen samt ett nyckeltal som man skall söka upp i sin nyckeltalslista. På detta sätt blir nättjänsten ännu säkrare menar Lundström. Ytterligare uppmanar banken att förvara sin användarkod och nyckeltalslista i säkert förvar och inte under några omständigheter ge dem till en utomstående.

Kinnunen har träffat kunder som upplevt koncentrationen av banktjänsterna till nätet som positiv men även sådana kunder som reagerat negativt till förändringen. Kinnunen menar att även negativt inställda kunder märker hur behändig tjänsten är, när de väl använt den, och vill hellre utföra sina bankärenden där. Detta gäller både privat- och företagskunder, säger Kinnunen.

Andelsbanken i Hangö öppnade sina dörrar 27.11.1986 och då anställdes Ann-Mari Kinnunen, Helena Gustafsson samt Yvonne Söderman som funktionärer. Kinnunen minns de sju timmar långa arbetsdagarna med en oavbruten kö ut till gatan då kontoret öppnades. Den tiden var man tvungen att göra nästan allting för hand och kunderna använde aktivt sparböcker. Trots detta menar Kinnunen att Hangö kontoret är ett relativt nytt kontor och vid samma tider som kontoret öppnades, startades en aktiv försäljning av bankkort, vilket i sin tur bidrog till kortare kö i kontoret efter en tid. Bankautomaterna och möjligheten att betala räkningar med bankkort infördes i slutet av 1980-talet, vilket var det första steget mot nättjänsten berättar Kinnunen. An efter har banken erbjudit tjänster som direktdebitering och betalningstjänst som möjligheter till en smidigare och förmånligare hantering av bankärenden. Sedan den ekonomiska krisen kring år 2008, förekommer viss försiktighet bland bankens kunder. Kunder väntar och tar mera reda på om vad de egentligen ger sig in på. Endel väntar på att räntorna skall stiga, andra tar ett depositionsskydd. Depositionsskyddet tryggar kundens tillgodohavanden om inte banken själv förmår betala ut dem. Kunder har även varit mer i behov av pengar och detta har bidragit till fler låne- och kreditkortsansökningar.

Gällande bankens framtid, förutspår Kinnunen att den dagliga sidans arbete kommer att minska och att öppethållningstiderna kommer att förkortas. Bankärendena kommer att skötas mera under en bokad tid och antalet så kallade drop-in kunder kommer att minska. Kinnunen påpekar att i framtiden kommer snabbkassan att falla helt bort men inte låneförsäljningen. Kunden kan börja sin låneansökan på sin nättjänst, vilket är vad banken även strävar mot, men fortsatta förhandlingar kommer fortsättningsvis att göras på kontoren. Som ett exempel på ett steg mot kreditgivning via nättjänsten tar Kinnunen upp studielånen. Gör man en dylik ansökan via nättjänsten, blir kunden erbjuden en förmånligare ränta på lånet än vad hon skulle få i kontoren. Placeringarna kommer att utföras allt mer på nättjänsten, menar Kinnunen. Kinnunen tror att allt fler kunder kommer att utföra sina placeringsärenden på nättjänsten. Tjänsten erbjuder uppdaterad information om marknaden. På nättjänsten kan kunden göra en placerarkartläggning och sedan komma in till kontoret för att få det spar- och placeringsalternativ som bäst passar kunden. Kinnunen påpekar att banken har en så kallad OP-Private enhet, där det utses en personlig kapitalförvaltare för kunden. Kapitalförvaltaren sköter kapitalförvaltningen enligt avtal antingen genom direkt kontakt med kunden eller självständigt enligt den placeringsstrategi som fastställts för kunden. Detta är även framtidens melodi menar Kinnunen. Det finns dock nackdelar med förändringarna, säger Kinnunen. Förändringarna kommer eventuellt att bidra till fler utredningar om betalrörelse, samt till ett behov av specialkunskande hos personalen. I framtiden kommer tjänstemännen att få allt krävande uppgifter eftersom kunderna vet mera och är mer medvetna om sina tjänster i banken. Kinnunen tror att tjänstemännen kommer att bli specialiserade inom vissa områden, det vill säga kommer endast att kunna sina egna områden. Allt fler utredningar kommer att göras via telefon och med hjälp av bankens stödfunktion. Ytterligare kommer kunder att skötas av så kallade kontaktpersoner. Kontaktpersonerna kommer att arbeta med kundportföljer och handskas endast med kunder ur dessa portföljer, säger Kinnunen.

Den personliga servicen är viktig, menar Kinnunen. Kunden måste få personlig service speciellt vid kreditgivning och rådgivning. Vid stora beslut, till exempel vid bostadsköp, är det viktigt att träffas med kunden och diskutera det viktigaste. Det är även viktigt att träffas efter dylika stora beslut, så att banken kan följa upp hurdan situationen är samt så att kunden känner sig väl omhändertagen. Kinnunen påpekar att vid teckning av försäkringar är det viktigt att kunden får personlig service. Detta för att försäkra att kunden är medveten över och förstår villkoren i avtalen. I Hangö, som är en liten stad med cirka 9 000 invånare, är personlig service mera en regel än ett undantag. Stadens invånare är vana att få snabb och personlig service och fordrar därför samma behandling i bankärenden, säger

Kinnunen. Banken är tillräckligt nära till hands via nättjänsten, säger Kinnunen. Det är enkelt och effektivt för kunden att via nättjänsten skicka meddelanden och ansökningar till banken. Från bankens synhåll är det kostnadseffektivt att besvara meddelanden och godkänna ansökningar som kommer via tjänsten. Det är endast vid större beslut, som Kinnunen även tidigare nämnt, som det är bäst för kunden att besöka kontoret.

Internet har bidragit till större affärsmöjligheter för Andelsbanken i och med att det blev möjligt att skapa en nättjänst, full med information om banken. Kinnunen tar upp att Andelsbankens nättjänst möjliggör en inloggning med testkoder så att vem som helst kan gå in och testa hur tjänsten fungerar. På detta sätt försöker Andelsbanken öka antalet nya kunder. Kinnunen påpekar att det är OP-Pohjola gruppen i sin helhet som sköter marknadsföringen på Internet, inte bankerna skilt för sig. Kinnunen berättar att Andelsbanken Raseborg använder sig mera av lokal marknadsföring, till exempel erbjuder skidresor till Påminne och biljetter till evenemanget ”Visans vänner”. Min följande fråga är om marknads kommunikationen på Internet är lönsammare än den traditionella marknadsföringen. Kinnunen svarar jakande och motiverar med det att både post-, telefon- och personalkostnaderna har sjunkit tack vare allt större kommunikation på Internet. Banken sparar sju euro i både kontors- och postningskostnader vid varje nätkontoutdrag som införs istället för papperskontoutdrag. Den enda kostnadsposten som stigit är ADB-tjänsterna, då banken koncentrerar sina tjänster till nätbanken, säger Kinnunen.

Gällande bankens ekonomi tar Kinnunen upp det faktum att Andelsbanken Raseborg är en av de bästa Andelsbankerna på att få in provisioner. Baserat på Andelsbanken Raseborgs bokslut 2009, kan Kinnunen säga att provisionsintäkterna för året täcker nästan hela personakostnadsposten. Provisionsintäkter är sådana intäkter banken får in via serviceavgifterna vid till exempel låneändringar eller kontantbetalningar. Då jag frågar om banken måste koncentrera sig på att sälja andra tjänster när de dagliga tjänsternas arbete minskar, säger Kinnunen att banken redan koncentrerar sig på att sälja annat, till exempel försäkringar och krediter.

I de tabeller jag erhållit av Kinnunen och som jag har med i min teoridel, kommer det fram att antalet kontoförfrågningar har ökat i banken. Kinnunen menar att orsaken till de ökade kontoförfrågningarna beror på att banktjänstemännen kollar upp en kunds kontotransaktioner innan hon till exempel beviljar ett lån åt kunden. De andra tjänstemännen jag frågade denna fråga, menade att orsaken till förändringen dels beror på att många kunder inte vet hur de hittar kontoförfrågningarna i sin nättjänst. En del kunder tror att kvitton och kontoutdrag godkänns endast om de är utskrivna i banken.

Då vi vidare diskuterar statistiken i Andelsbanken Raseborgs kontor i Hangö kommer det fram att de grundläggande banktjänsterna har ökat i rask takt år 2009 i jämförelse med år 2008. Antalet brukskonton har stigit med 2,49 procent, från 1724 till 1767 konton. Dessa uppgifter är tagna från uppföljningssystemet ViaAurea. Denna rätt så minimala ökning beror på att i summan av antalet brukskonton har de avslutade kontona för år 2009 subtraherats, säger Kinnunen. Då nättjänsterna ökat markant, har även antalet nätkontoutdrag ökat därpå. Enligt tabellen nedan finns det sex konton, som borde ha nätkontoutdrag, men som har papperskontoutdrag. Detta är ett litet antal men Kinnunen menar att för att höja Hangö kontorets rationalitetsnivå, måste antalet minskas ytterligare.

### Grundläggande banktjänster

	dec.08	dec.09	Förändring
<b>Kunder med</b>			
- brukskonto, st	1724	<b>1767</b>	2,49 %
- nätkontoutdrag, st	1221	<b>1325</b>	8,52 %
- nättjänst, st	1222	<b>1331</b>	8,92 %
- internationellt kort, st	1501	<b>1562</b>	4,06 %
<b>Antal kunder</b>	1062	<b>1178</b>	10,92 %

Bild 11. De grundläggande tjänsterna i Hangö kontoret. (ViaAurea)

Följande tabell behandlar kundrationalitet. Även denna information är tagen från uppföljningssystemet ViaAurea. Man kan observera att alla händelser gjorda i kontoret har minskat 0,68 % sedan år 2008. Den enda posten som ökat är antalet kontantuttag. Denna ökning är dock liten, endast en 0,55 % ökning. Rationalitetsnivån i Hangö kontoret är hög, den ligger på 95,60 % år 2009, vilket är en ökning på 0,68 % från år 2008. Orsaken till att rationalitetsnivån i Hangö kontoret är högre än de andra kontoren, säger Kinnunen är den att kontoret är relativt nytt. Då kontoret öppnades började kontoret aktivt sälja bankkort. En annan orsak till den höga rationalitetsnivån är kundunderlaget i Hangö, menar Kinnunen.

### Kundrationalitet

	dec.08	dec.09	Förändring
Alla händelser i kontoret %	5,08	4,4	-0,68 %
Bet.av räkningar och bet.tjänst gjorda på kontoret %	2,25	2,06	-0,19 %
Kontantuttag i kontoret %	6,62	7,17	0,55 %
Kundrationalitet %	94,92	95,6	0,68 %

Bild 12. Kundrationaliteten i Hangö kontoret. (ViaAurea)

I tabellen nedan kan man se att antalet händelser är mycket högre i nättjänsten än i kontoret, vilket är en utveckling mot det optimala. Även denna information är tagen ur ViaAurea. Trots att händelseförfrågningarna har ökat i kontoren, som jag tidigare i min intervju diskuterade om med Kinnunen och samtlig personal, görs en majoritet av förfrågningarna trots allt på nättjänsten.

### Antalet händelser i kontor och nättjänst

	Kontor	Nättjänst
Kontantuttag st	5651	0
Betalning av räkningar st	6760	131821
Betalningstjänst st	7237	24162
Händelseförfrågan st	28831	146681
Sammanlagt	48479	302664

Bild 13. Händelser i Hangö kontoret respektive nättjänsten. (ViaAurea)



## 9.2 Analys av resultaträkningen

Eftersom Andelsbanken Raseborgs bokslut behandlar sådana poster som inte är relevanta i mitt arbete, kommer jag endast att analysera de poster som berör bankens primära intäkter och utgifter.

Utgående från bankens bokslut kan man se att ränteintäkterna för år 2009 är betydligt lägre än för år 2008. Det är en minskning på cirka 4,4 miljoner euro. Orsaken till denna förändring är att räntorna sjunkit betydligt. Skillnaden mellan ränteintäkterna och utgifterna är inte längre lika stor på grund av detta. Räntekostnaderna har sjunkit år 2009, från cirka 7,7 miljoner euro år 2008 till cirka 4,1 miljoner euro. Detta resulterar till ett räntenetto på cirka 5,1 miljoner euro respektive 5,9 miljoner euro år 2008. Detta är en förändring på -13,8%.

Bankens övriga intäkter, där provisionsintäkterna tillhör, har däremot ökat från år 2008. Från en intäkt på cirka 1,9 miljoner euro år 2008 har provisionsintäkterna ökat till cirka 2,2 miljoner euro. Provisionskostnaderna har givetvis stigit år 2009 men är fortfarande ingen stor kostnadspost för banken (ca.300 000 euro år 2009, ca.245 000 år 2008) Med en netto provisionsintäkt på cirka 1,9 miljoner har posten ökat med 20,2 % sedan år 2008. Denna ökning av provisionsintäkterna kom främst från kreditgivningen och försäkringsförsäljningen. I provisionsintäkterna ingår som en avdragspost den OP-bonus som betalats till ägarkunderna under året.

### Provisionsintäkter 2009

Provisionsintäkter	2009	2008	Förändring, %
1000 euro			
Inlåning	38	36	4,3
Utlåning	794	565	40,5
Betalningsrörelse	844	795	6,2
Värdepappersförmedling	180	277	-20,6
Kapitalförvaltning och jur.ärenden	38	41	-6,6
Garantier	34	39	-14,1
Förmedling av försäkringar	912	669	36,3
Övriga	345	366	-5,6
<b>Totalt</b>	<b>3185</b>	<b>2738</b>	<b>16,3</b>
OP-bonus	-944	-878	7,4
Provisionsintäkter totalt	2241	1860	20,5
Provisionskostnader	301	245	22,9
<b>Provisionsintäkter, netto</b>	<b>1941</b>	<b>1615</b>	<b>20,2</b>

Intäkter har Andelsbanken Raseborg erhållit cirka 7,8 miljoner euro för år 2009, vilket är en minskning på 7,5 % från år 2008, då intäkterna var cirka 8,5 miljoner euro. Kostnaderna

för år 2009 minskade med 2,8 % från år 2008. Personalkostnaderna sjönk från cirka 2,4 miljoner till 2,3 miljoner euro, trots att tre personer i oktober 2008 övergick från Pohjolas Försäkringstjänst till andelsbankens tjänst. Andra administrationskostnader, såsom utbildningskostnader och frivilliga personalkostnader minskade med 12,8 % från cirka 1,9 miljoner till 1,7 miljoner euro år 2009. Rörelsevinsten för Andelsbanken Raseborg år 2009 kom att bli cirka 1,6 miljoner euro. Detta var en minskning på 28,4% från år 2008. Orsaken till den minskade rörelsevinsten var främst det minskade räntenettet och de ökade nedskrivningarna av krediter och andra åtaganden. Efter samtliga avdrag, såsom bokslutsdispositioner och inkomstskatt, kom Andelsbankens Raseborgs räkenskapsperiod 2009 att resultera i en vinst på cirka 1,2 miljoner euro. Från föregående års resultat, visar årets en minskning på 15,3%.

## 10 Analys och slutsatser

Den information jag fick ur intervjun med Kinnunen samt från de öppna diskussionerna med samtliga tjänstemännen var väldigt innehållsrik. Jag fick grundlig information på det ekonomiska läget i Andelsbanken Raseborg samt på läget i endast Hangö kontoret. Jag fick även en uppfattning om hur Hangö kontorets kontorschef samt andra tjänstemän har upplevt förändringen mot en alltmer elektronisk bank.

Ur intervjuerna och diskussionerna kom det fram att bankens nättjänst är tillgänglig dygnet runt och kunder får snabbt kontakt med banken och får ett snabbt svar. Det är enklare att hålla koll på sina tjänster via nätbanken. Denna information var jag redan tidigare medveten om men Kinnunen berättade helt ny information ur tjänstemännens och bankens synvinkel. Koncentreringen av banktjänsterna till nätbanken är både en kostnads- och tidsfråga. Banktjänsterna har kommit att bli mer invecklade och tidskrävande, vilket har lett till att tjänstemännen har fått allt mer krävande arbetsuppgifter. Bankens resurser går mera till försäljning och kartläggningar, mindre till upprätthållningen av de dagliga tjänsterna.

Fördelarna med koncentreringen av tjänster till nätbanken är många, nackdelarna är färre. Ur intervjun och diskussionerna kom det fram att förutom det att man kan utföra sina dagliga tjänster på nätbanken, kan man även ansöka lån på den. Ansökningarna fylls i på nätbanken för att sedan behandlas av en tjänsteman inom tre dagar. Själva kreditbeviljandet måste ske i kontoret men då kunden kunnat på förhand fylla i sina grunduppgifter i ansökan på nätbanken, sparar både han och tjänstemannen tid. Ytterligare kom det fram att banken erbjuder förmånligare räntor och transaktionsavgifterna är lägre i nättjänsten, vilket jag inte var tidigare medveten om. Nackdelarna med koncentreringen är att en viss kundgrupp blir åsidosatt, nämligen seniorerna. Denna kundgrupp är ovan att använda dator och äger oftast inte en dator överhuvudtaget. Till dessa kunder är det en utmaning att lära ut nättjänsten. Även sådana kunder som saknar krävande legitimation samt de som har svårigheter med koder, går tyvärr miste om riklig information och förmånligare tjänster.

Det var intressant att få veta hurdant bankbeteende kunderna hade då Hangö kontoret öppnades 1986. Om man jämför med hur det var för 25 år sedan och hur det är idag, har utvecklingen varit enorm. Från statistiken kan man se att rationalitetsnivån i kontoret är uppe vid 95,6 % år 2009, medan man ännu för 25 år sedan använde sig av sparböcker och intresset för bankkortet hade just börjat. Den ekonomiska krisen kring 2008 förändrade kunders bankbeteende till en viss mån. Kinnunen berättar att kunder är försiktigare och tar

mera reda på innan de gör ett avtal med banken. Ytterligare tar kunderna inte förhastade beslut, utan väntar och ser hur räntorna utvecklar sig.

Ur intervjun fick jag reda på att den dagliga sidans tjänster kommer att minska samt kontorets öppethållningstider kommer att skäras ner. Snabbkassorna kommer att falla bort men låneförsäljningen kommer att stanna kvar i kontoren i Andelsbanken Raseborg. Det kommer att utvecklas ett specialkunnande bland personalen och antalet utredningar gällande betalningsrörelse kommer antagligen att öka. Utredningarna kommer att göras per telefon och med hjälp av Andelsbankens stödfunktion.

Ur intervjun fick jag svar om den personliga servicen i banken. Det är viktigt med personlig service och att utveckla en bra kontakt med kunderna. Speciellt viktig är den personliga servicen vid stora beslut som skall tas. Till exempel då en kund skall ta sitt första bostadslån är det viktigt att kunden och tjänstemannen träffas, så att kunden får all den information han behöver. Ytterligare är det viktigt att träffas efter ett stort beslut, för att hålla uppe den goda servicen och för att upprätthålla förhållanden med kunden. För de mer förmögna kunder grundades en så kallad Private enhet, som sköter om kundens alla tjänster. Hangö kontoret är ett mycket kundnära kontor och kunderna fordrar även mera personlig service. Gällande de dagliga tjänsterna är Andelsbanken Raseborg tillräckligt till hands och nära kunden via nättjänsten, säger Kinnunen. De andra tjänstemännen jag samtalat med håller med.

Ur intervjun kom det fram att Andelsbanken Raseborg har sparat in på kostnader genom att koncentrera sina tjänster och guida sina kunder mer ut på nätet. Postkostnaderna har blivit lägre, personalkostnaderna likaså. Banken gör en inbesparing på sju euro på varje papperskontoutdrag som byts ut till nätkontoutdrag. Så man kan säga att nättjänsten verkligen drar ner på Andelsbanken Raseborgs kostnader. Dessa stigande serviceavgifterna har lett till en ökning av provisionsintäkterna vilka täcker nästan alla personalkostnader. Men de intäkter banken fått in på de dagliga tjänsterna är inte så stora, det är mest kreditgivningen och försäkringsförsäljningen som bidragit till ökningen.

Jag valde även att göra en begränsad resultatanalys för att få en ännu bättre överblick på den ekonomiska situationen samt hur koncentringen av tjänsterna till nätbanken har påverkat personalkostnaderna samt provisionsintäkterna. Då jag gjorde min analys kom jag fram till att provisionsintäkterna hade ökat markant. Intäkterna kom från poster som utlåning och förmedling av försäkringar men även betalningsrörelsen hade fått en ökning på 6,2 %. Personalkostnaderna för år 2009 hade sjunkit med 3,8 %, vilket bevisar att det

minskande antalet dagliga tjänster som görs i banken har resulterat i en inbesparing på personalkostnaderna, såsom Kinnunen även sade i sin intervju.

Slutligen går det att säga att nättjänsten verkligen är i förmån för Andelsbanken Raseborg. De dagliga tjänsterna, som alltmer koncentreras till nättjänsten, har verkat mer som en utgiftspost än som en inkomstpost. Det inte är lönsammare för Andelsbanken Raseborg att ha in kunder i kontoret och utföra sina dagliga bankärenden trots de höga serviceavgifterna. Andelsbanken Raseborgs kontor i Hangö har koncernens bästa rationalitetsnivå som är på 95,6 % år 2009. Personalkostnaderna har minskat tack vare denna utveckling och personalen kan koncentrera sig mer på försäljning och kartläggning av kunder, vilket i sin tur kan resultera ökat kapital, ökat antal kunder samt medlemmar i Andelsbanken Raseborg. Även ur kundens synvinkel är nättjänsten fördelaktig. Tjänsten är tillgänglig var kunden än är på världen och kan snabbt och smidigt få kontakt med banken via tjänsten. Den användarkod och det lösenord som kunden använder för att logga in till nättjänsten fungerar även som en elektronisk identifiering på andra företags och anstalters sidor, vilket gör det enkelt att utföra sina ärenden även på dylika sidor. Jag har kommit fram till att det endast är en bråkdel av Hangö kontorets kunder som inte har möjlighet till nättjänst eller inte har tillräcklig identifiering för att ingå ett dylikt avtal med banken. För dessa erbjuds andra alternativ, som direktdebitering och betalningstjänst, vilka är förmånligare alternativ än direkt betalning av räkningar vid disken. Jag vill till slut poängtera att detta arbete, om uppdragsgivaren vill dra nytta av det, bestyrker bankens beslutsfattande om att koncentrera bastjänsterna till nätbanken.

## 11 Avslutning

Genom min undersökning kan jag konstatera att Andelsbankens nättjänst är ett koncept att fortsätta med. Antalet nättjänstavtal som ingåtts med kunder har ökat från år 2008 med 8,92 % år 2009. Denna siffra visar att den ökade försäljningen av nättjänster verkligen har lyckats i Hangö kontoret, samt att antalet besök till banken gällande de dagliga bankärendena har minskat. Undersökningen har visat att koncentrationen av bankens bastjänster till nätbanken har resulterat i en minskning av personalkostnaderna. Ytterligare visade det sig att det även är ekonomiskt lönsammare att koncentrera allt till nättjänsten, trots de höga serviceavgifterna som debiteras av kunder som betalar räkningar över disk.

Andelsbanken Raseborgs strategi och mål för år 2009 har till viss mån förverkligas. Banken är kostnadseffektiv och lönsam, vilket ingick i strategin. Även en ökning i sparande, förmögenhetsförvaltning och konsumtionsfinansiering har skett.

Det var inte så lätt att hitta aktuellt material till teoridelen i mitt arbete, som jag trodde i början av mitt arbete. Men jag fick väldigt mycket material av min uppdragsgivare, och på så sätt fick jag samlat information om de dagliga tjänsternas utveckling.

Jag valde att göra denna undersökning för att denna frågeställning ligger nära till intresset. Det har varit en kunskapsrik undersökning, jag har fått ett större begrepp om nättjänstens nästan oändliga möjligheter. Jag var medveten om att nättjänsten har en hel del funktioner och fördelar som den erbjuder kunderna, men jag hade ingen aning om hur stor inbesparing på kostnaderna banken får tack vare tjänsten. Ytterligare lärde jag mig att nättjänsten även förenklar tjänstemännens arbete markant, till exempel vid låneansökningar som görs via tjänsten. Jag har även lärt mig ur den teori jag använt mig av, att Internet verkligen är ett bra marknadsföringsvapen och är till stor fördel för företag. Jag har även fått bekanta mig med lagen om stark autentisering och elektroniska signaturer, vilken jag upplevde som intressant.

Kontakten mellan mig och min uppdragsgivare uppehölls väldigt bra. Eftersom jag arbetar i Hangö kontoret, där jag gjorde min undersökning, kunde jag enkelt be kontorscheften Ann-Mari Kinnunen om material till arbetet och höra hennes och de andra tjänstemännens åsikter om ämnet.

Avslutningsvis kan jag säga, trots vissa tvivel och motgångar, att jag är nöjd att jag valde just detta ämne. Ämnet är aktuellt och väldigt omtalat och det var därför mycket intressant att få veta mera om det. Jag förutspår att min uppdragsgivare kan dra nytta av mitt arbete, genom att få en större uppfattning om hur läget är idag samt få idéer och

förbättringsförslag. Ett förslag till fortsatt undersökning skulle vara att mera ta reda på hur förändringarna har påverkat kunderna och hurdan uppfattning de har om banken. Ytterligare hur resultaträkningen förutspås att utvecklas skulle kunna vara ett förslag till fortsatt undersökning.

## Källförteckning

Andelsbanken: Andelsbankens kunder utsatta för phishing, 2011 <sup>1</sup>

<https://www.op.fi/op?cid=171421100&srcpl=4> Hämtad 25.01.2011

Andelsbanken: Andelsbankens kunder utsatta för phishing, 2011 <sup>2</sup>

<https://www.op.fi/op?cid=171431396&srcpl=4> Hämtad 10.02.2011

Andelsbanken: Andelsbankernas och Helsingfors OP-banks verksamhet, 2010,

<https://www.op.fi/op?cid=171012760&srcpl=3> hämtad 07.06.2010

Andelsbankernas Intranet 2010-2011, Opinet. Intern databas

Andelsbankens nättjänst 2010 <sup>1</sup>, <https://www.op.fi/op?cid=170252497&srcpl=3>, hämtad 16.06.2010)

Andelsbankens nättjänst 2010 <sup>2</sup>,  
<https://www.op.fi/op?id=81203&hoid=11200&valittuHinnasto=201000101&pu=1&src>,  
hämtad 10.03.2011

Andelsbanken: OP-Pohjola gruppen i korthet 2010:  
<https://www.op.fi/op?cid=171012427&srcpl=3> Hämtad 07.06.2010

Andelsbanken Raseborg, 2010 <https://www.op.fi/op?cid=171147442&srcpl=3> hämtad 07.06.2010

Blomqvist, Dahl, Haeger, Storbacka. (2009). *Det kundnära företaget*. Liber AB

Bokföringslag 1997/1336 [www.finlex.fi](http://www.finlex.fi)

Bryman Alan, Bell Emma. (2005). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Författarna och Liber AB

Dalen, Monica. (2007) *Intervju som metod*. Gleerups Utbildning AB

FK-Finanssialan Keskusliitto 2011: Hämtad 09.02.2011  
<http://www.pankkiturvallisuus.fi/modules/system/stdreq.aspx?P=4104&VID=default&SID=536646254889302&S=0&C=28631>

Jakobsson, Peter. (1998). *Internet som strategiskt kommunikationsverktyg*. Studentlitteratur AB

Kauppalehti 2010: Kuluttajavirasto: Verkkopankkitunnukset kuuluvat kaikille pankkiasiakkaille. Hämtad 27.10.2010 <http://www.kauppalehti.fi/5/i/talous/uutiset/etusivu/>

Lag om stark autentisering och elektroniska signaturer, 7.8.2009/617 [www.finlex.fi](http://www.finlex.fi)

Leppiniemi Jarmo, Leppiniemi Raili. (2006). *Tilinpäätöksen tulkinta*. WSOY

Leppiniemi Jarmo, Kykkänen Tapani. (2001). *Kirjanpito, tilinpäätös ja tilinpäätöksen tulkinta*. WSOY



Malmerius Carolina, *Resultatredovisning för nybörjare*, Ekonomistyrningsverket <http://www.esv.se/download/18.132be10ff78a68b7c80001360/Publikation+nr+2003-17.pdf> hämtad 17.3.2011

Niemelä Mika, Pirker Anne, Westerlund Johan. (2008). *Strategiasta tuloksiin-tehokas johtamisjärjestelmä*. WSOY

Nevalainen Juha, OP-verkkopalvelussa yli 150 miljoonaa käyntiä viime vuonna, artikel i Opinet, hämtad 01.02.2011

Nordea:                                      Phishing.                                      Hämtad                                      08.05.2011  
<http://www.nordea.fi/Henkil%C3%B6asiakkaat/Internet+ja+puhelin/Neuvoja+Internet+ja+puhelinpalveluista/Phishing/700934.html>

Sunnuntaisuomalainen 2011:Pankit jättävät asiakkaat pulaan. Hämtad 31.01.2011  
<http://www.savonsanommat.fi/wtiset/kotimaa/pankit-j%c3%A4v%C3%A4t-asiakkaat-pulaan/641312>

ViaAurea 2010, 2011, Andelsbanken Raseborgs uppföljningssystem. Bankens ledning och mellanledning har tillgång till materialet.

Wiersema, Fred. (1996). *Kundnärhet*. Tryckeri AB Primo Oskarshamn

## Intervjuguide

### 1. Nätjänsten

- När infördes nätjänsten i Andelsbanken?
- Varför koncentrerar Andelsbanken allt fler av sina tjänster till nätjänsten?
- Fördelar/nackdelar med att koncentrera allt till nätjänsten?
- Hur kan banken garantera säkerheten på nätjänsten?
- Hur har kunder reagerat på det faktum att allt fler banktjänster koncentreras till nätet?

### 2. Hur har kundernas bankbeteende förändrats under åren?

- Sedan kontoret öppnades?
- Sedan den ekonomiska krisen?

### 3. Framtidsutsikter?

- hur kommer kontoren att vara uppbyggda?
- kommer öppethållningstiderna att ändra?
- personalens framtid (ändrade arbetsuppgifter, uppsägningar)

### 4. Kundnärhet

- personlig service viktigt eller inte?
- kan banken vara tillräckligt nära till hands via nätjänsten?
- räcker det?

### 5. Internet

- Anser du att Internet erbjuder stora affärsmöjligheter för Andelsbanken?
- Har koncentrationen minskat på kostnaderna?
- Är marknadskommunikationen på Internet mer lönsam än den traditionella marknadsföringen i Andelsbanken?

### 6. Ekonomin i banken

- går det bättre nu?
- provisionerna
- måste banken koncentrera sig på att sälja andra tjänster istället?
- Vilka andra tjänster säljer banken för att få tillräckligt med intäkter?
- Ser banken större affärsmöjligheter på nätjänsten?

### 7. Statistik

- Varför har antalet förfrågningar ökat i banken?
- Vad tror ni att det beror på att Hangö kontoret har så hög rationalitetsnivå?

## Godkända identitetsbevis

Finländskt pass eller diplomatpass:



Identitetskort:



Körkort från 1.10.1990 framåt:



# Andelsbanken Raseborgs resultaträkning 2009

11.03.2010 1(1)

## ANDELSBANKEN RASEBORG

Osuuspankin tuloslaskelma	1.1.-31.12.2009	1.1.-31.12.2008
Korkotuotot	9 208 569,11	13 630 699,43
Korkokulut	4 110 488,91	7 713 410,70
<b>K o r k o k a t e</b>	<b>5 098 080,20</b>	<b>5 917 288,73</b>
Tuotot oman pääoman ehtoista sijoituksista	371 170,98	483 505,94
Samaan konserniin kuuluvista yrityksistä	0,00	75 000,00
Omistusyhteisyrityksistä	0,00	0,00
Muista yrityksistä	371 170,98	408 505,94
Palkkiotuotot	2 241 914,37	1 860 107,83
Palkkiokulut	301 208,45	245 151,62
Arvopaperikaupan ja valuuttatoiminnan nettotuotot	184 868,05	34 705,34
Arvopaperikaupan nettotuotot	169 920,23	31 160,05
Valuuttatoiminnan nettotuotot	14 947,82	3 545,29
Myytavissä olevien rahoitusvarojen nettotuotot	1 015,99	3 389,97
Suojauslaskennan nettotulos	0,00	0,00
Sijoituskiinteistöjen nettotuotot	-54 461,80	262 984,66
Liiketoiminnan muut tuotot	290 068,92	150 566,65
Hallintokulut	4 049 083,56	4 391 154,39
Henkilöstökulut	2 350 225,14	2 443 656,35
Palkat ja palkkiot	1 969 580,05	2 002 951,94
Henkilösivukulut	380 645,09	440 704,41
Eläkekulut	310 478,55	346 911,03
Muut henkilösivukulut	70 166,54	93 793,38
Muut hallintokulut	1 698 858,42	1 947 498,04
Poistot ja arvonalentumiset aineellisista ja aineettomista hyödykkeistä	761 332,84	686 251,78
Liiketoiminnan muut kulut	1 131 133,72	1 032 531,32
Arvonalentumistappiot luotoista ja muista sitoumuksista	217 116,80	22 369,47
Muiden rahoitusvarojen arvonalentumistappiot	0,00	0,00
<b>Liikevoitto (-tappio)</b>	<b>1 672 781,34</b>	<b>2 335 090,54</b>
Tilinpäättössiirrot	108 852,71	652 444,54
Tuloverot	370 251,02	272 522,20
Tilikauden verot	333 535,72	302 802,52
Aikaisempien tilikausien verot	56 426,36	-45 872,03
Laskennallinen vero	-19 711,06	15 591,71
<b>Varsinaisen toiminnan voitto (tappio) verojen jälkeen</b>	<b>1 193 677,61</b>	<b>1 410 123,80</b>
Muun kuin varsinaisen toiminnan tuotot ja kulut	0,00	0,00
<b>Tilikauden voitto (tappio)</b>	<b>1 193 677,61</b>	<b>1 410 123,80</b>